

Análisis cualitativo de la oferta legal y no autorizada de contenidos digitales

2015



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, ENERGÍA
Y TURISMO

ontsi
ourzi

observatorio
nacional de las
telecomunicaciones
y de la SI

RESUMEN EJECUTIVO

El sector de los contenidos digitales es una de las claves de la economía digital y por tanto uno de los pilares del crecimiento económico a nivel Global, Europeo y Nacional. La innovación constante y la amplia y variable oferta de contenidos digitales, convierten a esta industria en una de las más dinámicas y cambiantes del entorno de las TIC, en el presente estudio la industria de los Contenidos queda definida por los subsectores música, publicaciones, contenidos audiovisuales, cine, videojuegos o publicidad digital.

La industria cultural y creativa, continúa sufriendo el llamado proceso de digitalización, donde los distintos eslabones de las cadenas de valor los subsectores anteriormente citados se encuentran bajo el proceso de desmaterialización, es decir un fenómeno de sustitución de valor, aportado tradicionalmente a través de soportes físicos por nuevos soportes digitales.

A nivel Global, el mercado de contenidos creció 4,6% en 2014, registrando una cifra de negocio de 145,5 mil millones de euros. La tasa de desmaterialización¹ de este mercado se ha duplicado desde 2011, llegando hasta el 41,2%, aunque existe una gran variedad entre los diferentes subsectores. Asimismo, en términos de predicciones, se estima que en 2015 el Mercado global crecerá hasta los 156,7 mil millones de euros y los 186,6 mil millones de euros en 2019, creciendo a un ritmo interanual de 4,5% en este periodo².

En nuestro país, la facturación total del sector de contenidos alcanzó los 14.061 millones de euros en 2014. Del total de facturación, aquella que corresponde a contenidos digitales son 8.060 millones de euros lo que supone una tasa de digitalización³ del sector de 57,3%.⁴ Es por tanto, una realidad, que el fenómeno de desmaterialización esté impactando y se prevea continúe haciéndolo en el sector de los contenidos digitales de un modo global, y en particular a todos los agentes que participan en la cadena de valor, así como en los modelos de negocios de los proveedores de contenidos.

En el presente estudio se analizan las distintas tendencias, y modelos de negocio innovadores y los impulsores e inhibidores de la distribución de contenidos digitales que a día de hoy se presentan de una manera transversal en sector⁵, impactando por tanto de un modo directo al global de subsectores (música, publicaciones, contenidos audiovisuales, cine, videojuegos o publicidad digital).

El Equipamiento e infraestructuras, el desarrollo de las redes de alta velocidad, aspectos como los avances hacia banda ancha 5G, las sinergias entre Internet of Things y asistentes de voz, o la cada vez mayor presencia en el mercado de Internet 3D, son palancas tecnológicas que sin duda amplían las oportunidades que

¹ Tasa de desmaterialización – porcentaje de las actividades económicas realizadas de forma online.

² Media Strategies – The Content Industry's Fundamentals 2015, IDATE para Red.es.

³ Tasa de digitalización – peso de las actividades y productos digitales en los sectores.

⁴ Los Contenidos Digitales en España 2015. ONTSI.

⁵ Si bien el presente resumen ejecutivo resume a alto nivel las principales tendencias, y modelos de negocio innovadores y los impulsores e inhibidores de la distribución de contenidos digitales que a día de hoy se presentan de una manera transversal en sector, a lo largo del documento de detallan cada uno de estos aspectos y se desglosan los mismos de modo particular por cada uno de los subsectores estudiados.

el sector de los contenidos digitales brinda a la economía digital.

Además el desarrollo de este mercado no puede olvidar cómo la innovación constante y la amplia y variable oferta de contenidos digitales modifica los hábitos de consumo digitales consolidándose en el mercado un nuevo paradigma tecnológico basado en nuevas formas de comunicar, representado por nuevos líderes de opinión como auto generadores de contenidos, o el afianzamiento de las narrativas transmedia, la gamificación o la explotación de BigData y su impacto en los contenidos digitales.

Las tendencias y factores que impulsan la economía digital en global y el sector de los contenidos digitales en particular, favorecen la aparición de nuevos modelos de negocio innovadores que permiten la explotación diferencial de cada uno de estos subsectores. En este sentido cobran especial relevancia los modelos como el modelo de libertad de Pago, modelos basados en la paquetización de productos, el crowdfunding, la autoedición de contenidos, los modelos basados en el micropago del contenido fraccionado, el pago por consumo o modelos de suscripción, membresía.

Aunque en general hay un entorno favorable para el crecimiento de la distribución digital de contenidos culturales y creativos, existen unos inhibidores importantes que podrían frenar este crecimiento. El inhibidor más significativo es la oferta no autorizada de contenidos digitales donde el auge de Internet ha supuesto un incremento masivo al hacer accesible a todos los usuarios contenidos digitales de un modo ilícito.

La Organización para las Naciones Unidas, para la Educación la Ciencia y la Cultura UNESCO, defiende que oferta no autorizada de contenidos digitales comprende la reproducción y distribución de copias de obras protegidas por el derecho de autor, así como su transmisión al público o su puesta a disposición en redes de comunicación en línea, sin la autorización de los propietarios legítimos, cuando dicha autorización resulte necesaria legalmente.

En este sentido las distintas regulaciones en materia de Propiedad Intelectual, buscan de un modo continuo la generación de un espacio de seguridad jurídica adecuado:

- Desde el marco normativo actual a nivel nacional, se destaca la entrada en vigor el pasado 1 de enero de 2015 de la Ley 21/2014, de 4 de noviembre, por la que se modifica el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual. La reforma de la Ley de Propiedad Intelectual intenta combatir el impacto sobre los derechos de propiedad intelectual que ha tenido el desarrollo de las nuevas tecnologías digitales de la información y de las redes informáticas descentralizadas. Su objetivo es proporcionar, instrumentos eficaces que permitan la mejor protección de estos derechos legítimos, sin menoscabar el desarrollo de Internet, basado en gran parte en la libertad de los usuarios para aportar contenidos.
- Estas Leyes a nivel nacional se han de complementar con las pautas y normativas marcadas a nivel Europeo, en concreto aquellas medidas establecidas para la creación del Mercado Digital Único Europeo sin olvidar las pautas y recomendaciones normativas que establecen los tratados y convenios

internacionales.

Este análisis se complementa y enriquece un estudio de las fortalezas y debilidades del marco normativo citado.

Es por tanto, una realidad, que el fenómeno de desmaterialización esté impactando y se prevea continúe haciéndolo en el sector de los contenidos digitales de un modo global, y que por tanto las Administraciones Públicas, en todos sus niveles continúen avanzando en la concepción de un espacio de seguridad jurídica propicio a un sector tan notable desde el punto de vista cultural y económico.